



1. Эксперты и докладчики – Елена РЕЙЗЕНТУЛ, Ирина КОСТЮКОВА и Ксения РЕБРОВА  
2. С докладом выступает независимый эксперт в сфере делового туризма Дмитрий САВЕЛЬЕВ

## Новые горизонты АБТ-АСТЕ Russia: эксперты ассоциации побывали в Санкт-Петербурге

Образовательная сессия АБТ-АСТЕ Russia впервые прошла в Санкт-Петербурге в отеле «Астория» 26–27 августа 2014 г. Во время двухдневной программы делегаты – около 100 профессионалов отрасли – обсудили особенности современного трэвел-менеджмента и тонкости организации корпоративных мероприятий.

Представитель Дома Романовых в России **Иван Сергеевич Арцишевский**, выступая на приветственном коктейле 26 августа в отеле W St. Petersburg привел множество примеров из личного опыта, которые касаются проведения MICE на самом высоком уровне, включая встречи руководителей ведущих мировых держав – России, США, Великобритании, Франции. И резюмировал, что правила поведения участников мероприятия зависят от его формата: «Так, к примеру, на светском приеме своеобразное «главенство» – у женщины или мужчины преклонного возраста, тогда как во время деловой встречи значение имеет лишь должностная иерархия».

Как выстраивать трэвел-политику с нуля, рассказал во второй день работы образовательной сессии административный директор Yota **Роман Бурков**. По словам эксперта, затраты на командировки занимают довольно существенную часть в статье расходов компании. «Трэвел-политику можно сравнить с ремонтом квартиры – сложно, но необходимо», – считает эксперт.

Но когда «ремонт» уже позади, многие трэвел-менеджеры забывают о важности «контроля отклонений»: даже если при планировании поездки учтены все возможные детали, могут возникнуть непредвиденные обстоятельства, которые необходимо принять к сведению, а затем провести соответствующую работу по их исключению. «Если они повторятся, у сотрудника будет четкая инструкция, как себя вести», – пояснил г-н Бурков.

Увы, многие компании даже с действующей трэвел-политикой «могут застрять в прошлом веке», в свою очередь посетовала **Ксения Реброва** из UTS Group: использовать устаревшие нормы и лимиты, технологически не развиваться. Но с течением времени цены растут, а компании наращивают объемы бизнес-трэвел. Решением могут стать инструменты онлайн-бронирования: «Ведь с их помощью можно легко отследить и оптимизировать все процессы, что приводит к элементарной экономии». Но и оптимизацией бюджета увлекаться не стоит. «Трэвел-политика – это не только лимиты. Сотрудник в поездке должен чувствовать себя комфортно», – добавила она.

Административный директор «Яндекс. Деньги» **Елена Рейзентул** продолжила тему сокращения затрат на командировки и порекомендовала коллегам исключить из трэвел-политики все запрещающие слова типа «нельзя», «запрещено» или им подобные. Как известно, запреты всегда хочется нарушить, такова психология обычного человека, в том числе делового путешественника.

Действенный способ минимизировать трэвел-расходы, по мнению г-жи Рейзентул, – заменять внутренние поездки видеоконференциями. Если речь идет о поставщиках, то их помощь неопределима при составлении отчетности, в то время как в вопросах контроля расходов вернее всего положиться на собственного трэвел-менеджера.

На нюансах тендерного процесса остановилась руководитель группы закупок в категории трэвел компании Kaspersky Lab **Ирина Костюкова**. По ее словам, для начала необходимо определиться, какой тип конкурса использовать: закрытый или открытый, традиционный или в виде аукциона и так далее. Потенциальные поставщики также неоднородны, это могут быть ТМС (агентства делового туризма), MICE-агентства, авиакомпании, гостиницы, поставщики транспортных и прочих услуг.

Когда все вводные учтены, предстоит пройти основные стадии тендерного процесса. Создать и разослать документацию, определиться с шорт-листом потенциальных партнеров, принять финальное решение, объявить победителя (при этом обязательно уведомить о результатах тендера всех участников, в том числе и проигравших) и уже после этого начать работу по договору.

О главных составляющих успешного мероприятия рассказал на образовательной сессии независимый эксперт в сфере делового туризма и административной поддержки бизнеса **Дмитрий Савельев**. В управлении проектом важно придерживаться определенной последовательности действий, отметил эксперт. Всё начинается с планирования, которое включает в себя анализ финансовых возможностей самой корпорации, а также ресурсов и мощностей поставщиков. И только после этого можно переходить к проведению тендера. На заключительном же этапе необходимо составить строгую отчетность и провести анализ обратной связи. Г-н Савельев особо подчеркнул, насколько важно интересоваться мнением клиента. Так, одной из главных причин исчезновения в 1991 г. известного американского авиаперевозчика Pan American стало равнодушие руководства: сотрудники, занимавшиеся исследованиями рынка, создавали ложную картину благополучия, в то время как критические замечания пассажиров поступали в большом количестве, оставаясь неуслышанными. Это и привело к полному фиаско компании. Поэтому в отношениях между покупателем и поставщиком услуг очень важна честная и открытая обратная связь.

До конца 2014 г. в Санкт-Петербурге также будет проведен образовательный семинар АБТ-АСТЕ Russia по географии MICE. Образовательные сессии ассоциации запланированы в Казани и Тюмени.

